

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan, hasil analisis, serta pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya terkait dengan *Customer Experience*, *E-Service Quality*, terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Netflix di wilayah Jabodetabek (DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Dimana, pengujian dilakukan dengan menggunakan Software SmartPLS 3.2.9, sehingga diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang disusun diterima. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin baik daya tarik yang diberikan perusahaan dari sisi kemudahan akses Netflix, semakin efisien dan mudah dalam penggunaan produk yang dirasakan pelanggan, dapat memberikan kesan positif untuk nantinya menciptakan loyalitas kepada pelanggan kedepannya.

E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang disusun diterima. Hal ini membuktikan bahwa semakin mudah proses pembayaran dan semakin variatif konten yang disajikan, maka semakin andal sebuah perusahaan dimata pelanggan. Ditambah lagi, apabila perusahaan tersebut memiliki daya tanggap yang cepat bila adanya keluhan, adanya jaminan keamanan yang diberikan, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan nantinya.

Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang disusun diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang disusun diterima. Hal ini menunjukkan bahwa jika semakin puas konsumen maka akan semakin loyal konsumen untuk rutin. melakukan transaksi atau pembelian ulang produk, bahkan dengan senang hati akan merekomendasikan orang lain khususnya orang terdekat.

Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa

hipotesis yang disusun diterima. Hal ini dikarenakan kepuasan pelanggan berhubungan dengan pengalaman pelanggan membeli pada sebuah perusahaan sebelumnya. Pengalaman pelanggan sendiri terdiri atas keseluruhan pengalaman yang dialami secara langsung oleh pelanggan. Sehingga, semakin baik, akan semakin memberi kesan puas dan menjadikan pelanggan yang lebih loyal.

E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang disusun diterima. Hal ini dikarenakan *e-service quality* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa saat kualitas produk yang diterima konsumen baik, akan memberikan kepuasan yang baik kepada konsumennya pula, sehingga dapat terciptanya loyalitas pada konsumennya untuk membeli kembali maupun mengonsumsi ulang dengan produk yang sama.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, penyusunan dilakukan sesuai dengan pedoman yang sebagaimana telah ditetapkan di awal. Tetapi, terdapat keterbatasan dalam penyusunan penelitian ini, dimana keterbatasan ini dapat dijadikan evaluasi untuk penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan penelitian ini diantaranya, yaitu:

1. Data variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya dua variabel independen yaitu *Customer Experience* dan *E-Service Quality* serta satu variabel *intervening* yaitu Kepuasan Pelanggan dan satu variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan.
2. Wilayah yang digunakan pada penelitian ini hanya di DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Sehingga, hasil bisa berbeda bila penelitian dijalankan pada wilayah yang berbeda.
3. Jumlah responden yang diteliti pada penelitian ini hanya sebanyak 384 responden sehingga berkemungkinan adanya pandangan responden yang berbeda-beda diluar 384 responden tersebut dan dapat membuat hasil yang berbeda.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian yang telah diuraikan, maka berikut merupakan saran yang peneliti berikan:

a. Bagi Perusahaan

1. Dari sisi *customer experience*, Netflix dapat terus melakukan pembaruan untuk meningkatkan pengalaman pengguna, beberapa aspeknya seperti halnya menciptakan kemudahan dalam mengakses konten supaya dapat lebih personalisasi pada awal ketika pengguna baru membuka aplikasi & memastikan bahwa konten terbaru dan populer lebih terlihat dan lebih mudah diakses dalam supaya dapat meningkatkan daya tarik bagi pengguna.
2. Selain dari sisi *customer experience*, perusahaan juga harus memperhatikan dari sisi *e-service quality*, dimana, Netflix dapat meningkatkan daya tanggap yang diberikan *customer service* bila terjadi masalah maupun keluhan supaya lebih responsif. Hal ini dapat dimulai dari meningkatkan keaktifkan *customer service* Netflix dan juga memastikan bahwa bila ada pelanggan yang memberikan keluhan, dapat diatasi dengan lebih cepat.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat lebih memperdalam penelitian selanjutnya dengan menambahkan maupun mengganti indikator maupun variabel yang mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan. Variabel tersebut dapat berupa dari sisi Harga, *Brand Awareness*, *Brand Equity*, *Brand Image*, maupun *Sales Promotion* agar lebih bervariasi. Selanjutnya, peneliti juga menyarankan untuk mengganti subjek penelitian dan juga lokasi untuk penelitian selanjutnya